



## Guida pratica alla compilazione della Scheda di Iscrizione dei Beauty In Farma Awards

Questa guida è pensata per aiutare le aziende a compilare **correttamente** la scheda di iscrizione ai *Beauty in Farma Awards (BFA)*, evitando gli errori più comuni. Include:

1. Istruzioni passo per passo per ogni sezione della scheda.
2. Errori frequenti da evitare.
3. Un esempio compilato (fac-simile) per dare un modello concreto.
4. Un modello di e-mail già pronto per l'invio della candidatura.

---

### 1. Dati aziendali

#### Cosa scrivere:

- Nome azienda (denominazione completa).
- Nome e cognome del referente operativo (chi segue il progetto, non un contatto generico).
- E-mail diretta e numero di telefono diretto.

#### Errori comuni da evitare:

- Usare e-mail generiche (es. *info@*).
- Indicare un referente che non conosce il progetto.

Il fac-simile mostra la scheda di iscrizione con il logo 'Farmaceutico Cosmetico' in alto. Sotto, il logo 'Beauty in Farma Awards' è affiancato dal titolo 'BEAUTY IN FARMA AWARDS SCHEDA DI ISCRIZIONE'. La sezione 'DATI SOCIETÀ (è sufficiente compilare una volta per tutte le candidature)' include campi per 'Azienda', 'Referente (per comunicazioni relative al premio)', 'Email referente' e 'Telefono referente'.

## 2. Prodotto/Progetto candidato

### Campi da compilare:

- **Nome prodotto/progetto:** usare sempre la denominazione ufficiale (nome commerciale + brand di appartenenza) ad esempio *Atopi Control Emulsione Lenitiva*, *Eucerin*
- **Data di lancio:** deve rientrare nell'anno di riferimento del premio (1 gennaio – 31 dicembre 2026)
- **Razionale:** 5–6 frasi sintetiche (al massimo 2.000 battute spazi inclusi) che spieghino: 1. Quale bisogno risolve. 2. Qual è l'innovazione. 3. Dati o test clinici/consumer a supporto. 4. Beneficio concreto per farmacisti e pazienti. 5. Elementi di differenziazione
- **Target:** chi è il destinatario (specificare età o fascia di età e, se applicabile, il genere)
- **Obiettivi:** devono essere **SMART** (Specifici, Misurabili, Attuabili, Realistici, Temporizzati)

### Errori comuni da evitare:

- Razionali troppo lunghi o troppo tecnici.
- Mancanza di dati numerici.
- Obiettivi vaghi (es. “aumentare la visibilità”)



The image shows a screenshot of the 'Scheda di Iscrizione' (Registration Form) for the Beauty in Farma Awards. At the top, it features the 'Cosmetico' logo and the 'Beauty in Farma Awards' logo. The form is titled 'BEAUTY IN FARMA AWARDS SCHEDA DI ISCRIZIONE'. Below the title, there is a section for 'PRODOTTI/PROGETTI CANDIDATO' with a note: '(da compilare per ciascun prodotto/progetto candidato)'. The form contains several fields for data entry: 'Nome prodotto/progetto', 'Data di lancio', 'Razionale del prodotto/progetto' (with multiple lines for text), 'Target del prodotto/progetto', and 'Obiettivi del prodotto/progetto' (with multiple lines for text).

### Nota bene:

- Eventuali lanci di refill di prodotti già esistenti non possono essere candidati come novità di prodotto
- Per i premi “Linea dell’anno” nelle diverse categorie è possibile candidare solo le nuove linee. Qualora una linea già esistente si arricchisse di un nuovo prodotto, questo può



essere candidato nella categoria di riferimento, ma non si può considerare come nuova la linea nel suo complesso

### 3. Scelta categorie

**Come fare:** Scegliere le categorie a cui si vuole iscrivere il prodotto/progetto selezionandole nell'apposito foglio. Si può iscrivere lo stesso prodotto a più categorie.

#### Errori comuni da evitare:

- Selezionare troppe categorie “a caso”.



#### BEAUTY IN FARMA AWARDS SCHEDA DI ISCRIZIONE

**CATEGORIA** (da compilare per ciascun prodotto/progetto candidato)

Selezionare uno o più caselle in base al numero di categorie e sottocategorie in cui si intende candidare il prodotto/progetto. Ogni prodotto/progetto può essere iscritto a più categorie.

##### PEOPLE IN BEAUTY

- ☐ Best packaging design dell'anno
- ☐ Best advertising campaign dell'anno
- ☐ Best communication project dell'anno
- ☐ Best digital project dell'anno
- ☐ Best marketing project dell'anno
- ☐ Best CSR project dell'anno
- ☐ Best education program dell'anno
- ☐ Best event dell'anno

##### SKINCARE VISO

- ☐ Linea dell'anno
- ☐ Crema viso dell'anno
- ☐ Trattamento antiage dell'anno
- ☐ Siero dell'anno
- ☐ Detergente dell'anno
- ☐ Trattamento notte dell'anno
- ☐ Esfoliante dell'anno
- ☐ Maschera viso dell'anno
- ☐ Prodotto per i contorni occhi dell'anno
- ☐ Trattamento antiriduzione dell'anno
- ☐ Trattamento pelle impura dell'anno

##### BODYCARE

- ☐ Linea dell'anno
- ☐ Latitante dell'anno
- ☐ Esfoliante dell'anno
- ☐ Rasadente/antiscalfite dell'anno
- ☐ Prodotto igiene corpo dell'anno
- ☐ Prodotto per mani e piedi dell'anno
- ☐ Prodotto igiene e benessere intimo dell'anno

##### HAIRUP

- ☐ Fondotrichi dell'anno
- ☐ Mascara dell'anno
- ☐ Prodotto labbra dell'anno
- ☐ Prodotto occhi dell'anno

##### HAIRCARE

- ☐ Linea dell'anno
- ☐ Shampoo dell'anno
- ☐ Trattamento decolorante dell'anno
- ☐ Maschera dell'anno
- ☐ Trattamento anticaduta dell'anno
- ☐ Prodotto styling dell'anno
- ☐ Siero dell'anno

##### GREEN & CLEAN

- ☐ Linea green dell'anno
- ☐ Sincore green, prodotto dell'anno
- ☐ Bodycare green, prodotto dell'anno
- ☐ Haircare green, prodotto dell'anno
- ☐ Makeup green, prodotto dell'anno

##### SUPPLEMENTS

- ☐ Supplement antiage dell'anno
- ☐ Supplement pelle, capelli e unghie dell'anno
- ☐ Supplement sun care dell'anno

##### BABY CARE

- ☐ Trattamento baby care dell'anno
- ☐ Detergente baby care dell'anno
- ☐ Solare baby care dell'anno

##### SUNCARE

- ☐ Linea dell'anno
- ☐ Prodotto solare viso dell'anno
- ☐ Prodotto solare corpo dell'anno
- ☐ Doposole dell'anno
- ☐ Prodotto solare per capelli dell'anno

##### ORALCARE

- ☐ Prodotto di igiene orale dell'anno
- ☐ Non igiene dell'anno (spazzolino, filo interdentale, ecc.)

### 4. Presentazione (slide .ppt/.pdf)

#### Requisiti tecnici:

- Max 10 slide.
- Formati richiesti: **.ppt/.pptx** e **.pdf**
- Niente animazioni o video incorporati.
- Peso massimo file: 400 MB.



**Struttura consigliata:** 1. Copertina (nome prodotto + logo). 2. Razionale. 3. Problema/opportunità di mercato. 4. Prodotto/soluzione. 5. Evidenze (studi/test). 6. Target. 7. Strategia di lancio. 8. Risultati. 9. Creatività/packaging. 10. Contatti.

**Errori comuni da evitare:**

- Testo troppo fitto
  - Slide senza immagini
- 

## 5. Immagini e logo

**Specifiche richieste:** - Immagine prodotto: 10×10 cm, 1200x1200 px

- Logo: preferibilmente vettoriale (.ai, .eps, .svg, .pdf). In alternativa .png HD (1920×1080 px).

**Errori comuni da evitare:**

- Foto a bassa risoluzione
  - Logo in formato non editabile (es. screenshot)
- 

## 6. Invio candidatura

**Cosa inviare via e-mail a [bfa@homnya.com](mailto:bfa@homnya.com):**

- Scheda di iscrizione compilata in tutte le sue parti
- Presentazione (.ppt e .pdf)
- Immagine packshot (10×10 cm, 300 dpi)
- Logo aziendale (vettoriale o .png HD)

**Consigli pratici:**

- Dare ai file un nome chiaro (es. AZIENDA\_PRODOTTO\_categoria.pdf)
- Inviare entro la deadline

**Errori comuni da evitare:**

- Allegati mancanti
  - File nominati genericamente (*presentazione1.pdf*).
-



## 7. In caso di candidature di più prodotti/progetti

Per ciascun prodotto/progetto che desideri candidare, crea una cartella nominata con il nome dell'azienda + nome prodotto/progetto contenente:

- scheda di iscrizione (nome prodotto/progetto\_schedaiscrizione.pdf);
- file di presentazione (nome prodotto/progetto\_presentazione.ppt);
- immagine del prodotto/progetto in alta risoluzione (nome prodotto/progetto\_foto1.jpeg); (foto2, foto3 ecc).
- logo dell'azienda/brand in alta risoluzione (nome azienda/brand\_logo.ai);

In caso di più candidature, ti chiediamo di inviare le cartelle dei prodotti/progetti preferibilmente tramite [SwissTransfer](#) e di inserire nel testo dell'e-mail un breve riepilogo, indicando per ciascuna candidatura:

Nome prodotto/progetto – Macro categoria – Categoria di candidatura

Ricorda inoltre di utilizzare sempre lo stesso nome/titolo del prodotto o progetto nella scheda di iscrizione, nel nome della cartella, nel file di presentazione e nell'e-mail di candidatura, così da permetterci di identificare correttamente ogni progetto.

---

## 8. Passaggio successivo

- La giuria selezionerà 3 finalisti per categoria ed è libera di spostare i prodotti/ progetti in altre categorie ritenute idonee
- I finalisti possono partecipare ai BootCamp (opzionale)
- I farmacisti voteranno online
- Premiazione finale in occasione della serata di gala

---

## Fac-simile compilato (prodotto inventato)

### Dati azienda

- **Azienda:** Dermalife S.p.A proprietaria dei brand Sunvis, Vislife e Lifecare
- **Referente:** Dott.ssa Laura Rossi – Product Manager
- **Email:** laura.rossi@dermalife.it



- **Telefono:** +39 333 4567890

### Prodotto/Progetto candidato

- **Nome:** NutriSkin Repair Serum, Vislife
- **Data di lancio:** 15/03/2026
- **Razionale:** NutriSkin Repair Serum risponde alle esigenze delle pelli sensibili e stressate grazie a peptidi biomimetici e acido ialuronico a rilascio prolungato. I test clinici (n=120) mostrano +45% idratazione e -38% sensibilità percepita in 4 settimane. Il packaging sostenibile con erogatore ricaricabile rafforza il posizionamento *green*.
- **Target:** Donne 25–45 con pelle sensibile
- **Obiettivi:** Donare idratazione profonda e duratura alle donne con pelle sensibili che mal tollerano texture pesanti

### Categorie

- Skincare viso - Siero dell'anno
- Green & Clean – Skincare green, prodotto dell'anno
- People in beauty – Best Packaging design dell'anno

### Allegati previsti

- Presentazione: DERMALIFE\_NUTRISKIN\_BFA2025.pptx e .pdf
  - Packshot: NutriSkin\_packshot.jpg (10×10 cm, 300 dpi)
  - Logo: Dermalife\_logo.ai
-



## Conclusione

Seguendo questa guida, l'azienda eviterà gli errori più frequenti (allegati mancanti, dati incompleti, obiettivi vaghi) e presenterà la candidatura in modo chiaro e conforme ai requisiti del bando.